

中国与欧盟的相互认知

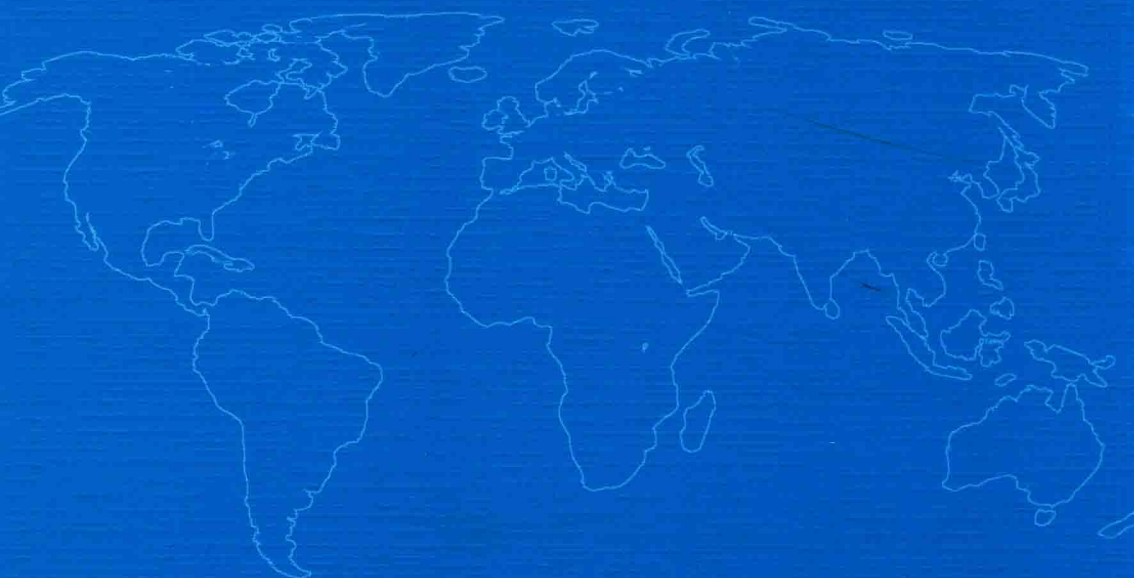
——媒体的视角

THE EU AND CHINA:
HOW DO THEY PERCEIVE EACH OTHER?

—— 门 镜 ——

[保加利亚] 薇罗妮卡·奥尔贝特索娃 主编
(Veronika Orbetsova)

—— 李靖堃 译 ——



中国与欧盟的相互认知

——媒体的视角

THE EU AND CHINA:
HOW DO THEY PERCEIVE EACH OTHER?

门 镜

[保加利亚] 薇罗妮卡·奥尔贝特索娃 主编
(Veronika Orbetsova)

李靖堃 译



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国与欧盟的相互认知：媒体的视角 / 门镜, (保)
薇罗妮卡·奥尔贝特索娃 (Veronika Orbetsova) 主编;
李靖堃译. -- 北京: 社会科学文献出版社, 2017.7

(国际政治论坛)

书名原文: The EU and China: how do they
perceive each other?

ISBN 978-7-5201-0861-4

I. ①中… II. ①门… ②薇… ③李… III. ①传播媒介-研究-中国②欧洲国家联盟-传播媒介-研究 IV.
①G219.2②G219.50

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第114959号

· 国际政治论坛 ·

中国与欧盟的相互认知

——媒体的视角

主 编 / 门 镜 [保加利亚] 薇罗妮卡·奥尔贝特索娃 (Veronika Orbetsova)
译 者 / 李靖堃

出 版 人 / 谢寿光
项目统筹 / 祝得彬
责任编辑 / 赵怀英

出 版 / 社会科学文献出版社·当代世界出版分社(010)59367004
地址: 北京市北三环中路甲29号院华龙大厦 邮编: 100029
网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心(010)59367081 59367018
印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16
印 张: 13.5 字 数: 181千字

版 次 / 2017年7月第1版 2017年7月第1次印刷
书 号 / ISBN 978-7-5201-0861-4
定 价 / 69.00元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心(010-59367028)联系

 版权所有 翻印必究

目 录

导论 中国与欧盟的相互认知 // 001

第一章 驻布鲁塞尔的中国媒体与中欧关系 // 009

引言 // 009

中国媒体在布鲁塞尔的可见度不断增强 // 011

中国记者的报道和分析 // 016

重新审视中欧关系 // 023

第二章 13亿中国人眼中的欧洲：中国电视剧中

欧洲人的形象 // 032

引言 // 033

欧洲人在中国 // 035

中国人在欧洲 // 042

第三章 电子治理如何塑造欧洲人心目中的中国形象 // 051

数字时代：沟通过程的空间与时间边界已被改变 // 052

跨界沟通的新视角 // 053

模型与假设 // 059

方法 // 061

透过快速增长的信息技术市场力量评判电子治理 // 063

欧洲人对中国的认知 // 065

问卷结果 // 066

讨论与启示 // 074

第四章 中国社交媒体视角下的欧盟：基于中国外交部 官方微博的案例分析 // 083

引言 // 083

研究方法 // 087

研究结果 // 089

讨论 // 096

结论 // 100

第五章 欧盟媒体能否实现对中国问题的均衡报道？ ——因素与影响 // 105

导言 // 106

中国的观点 // 106

欧盟记者在中国的工作条件 // 111

来自欧盟记者母国的压力：读者、编者和媒体所有者 // 113

基本价值观 // 114

结论 // 116

第六章 西欧在线媒体呈现的中国形象：欠缺公平和准确 // 125

导言 // 126

在线媒体呈现的中国形象 // 127

偏见和党派倾向 // 132

评估 // 133

建议 // 140

第七章 大众媒体：思维定式的“游戏场” // 145

导言 // 146

中国和欧洲对彼此的思维定式 // 147

信息流动与大众媒体的一般性背景：欧洲和中国 // 153

西方媒体报道实践中的一些关键因素 // 155

结论 // 160

第八章 中国：经济磁石还是竞争对手？

——荷兰与比利时的荷兰语和法语精英

报刊对中国的描述 // 164

引言 // 165

文献综述：关于中国问题的新闻报道 // 166

研究理论与方法论方面的考虑 // 170

对媒体文章的实证分析 // 174

结论 // 182

第九章 媒体交流：中欧新闻领域对话面临的问题与存在的机遇 // 188

导言 // 189

对问题的诊断 // 191

挑战与机遇 // 203

走向真正的合作与中欧媒体合作与交流平台？ // 205

结论 // 206

导论

中国与欧盟的相互认知

门镜 薇罗妮卡·奥尔贝特索娃*

2015 年是中华人民共和国（以下简称“中国”）与欧洲联盟（以下简称“欧盟”）建立外交关系 40 周年。2015 年 6 月 29 日，第十七次中国欧盟领导人会晤在布鲁塞尔举行。在此次峰会上，中欧双方领导人对中欧建交 40 周年表示了祝贺，并就范围广泛的问题展开了讨论。在领导人会晤期间，中欧双方还召开了中欧工商峰会（EU - China Business Summit）、中欧城镇化伙伴关系高层论坛（EU - China Urbanisation Partnership）和第二次中欧创新合作对话（EU - China Innovation Cooperation Dialogue），进一步扩大了中欧全面战略伙伴关系所涵盖的范围。事实上，中欧伙伴关系已经发展成为一种极具活力的双边关系，双方的合作主要通过包括高层会晤以及各种论坛在内的 60 多种对话机制予以推动。正如第十七次中国欧盟领导人会晤联合声明《中欧 40 年合作后的前进之路》所强调的，中欧合作的目的是实现“建立在相互尊重、平等互信和互利合作基础之上”的伙伴关系。然

* Veronika Orbetsova.

而，尽管过去 40 年间的中欧合作取得了诸多成绩，而且，目前我们也可以获得大量与中国和欧盟相关的各种信息，但双方之间的相互理解和信任与彼此的期待相较仍有差距。在涉及全球问题（在中国和欧盟都发挥重要作用的领域）的解决方案时，这一问题就显得更为迫切。

自从实行对外开放政策以来，中国的国际地位迅速上升。对于欧洲而言，中国在 21 世纪的崛起既带来了挑战，也带来了机遇。如何应对这些挑战，并利用这些机遇，仍然是欧盟目前面临的最重要议题之一。欧盟愿意与中国加强各个层面的联系与交流，并希望在各个领域与中国开展合作，这说明欧盟希望实现它所期待的目标。与此同时，中国将欧盟视为一支“重要力量”、“重要的战略伙伴”，以及“最重要的贸易和投资伙伴之一”（2014 年《中国对欧盟政策文件》）。因此，增进与欧盟的伙伴关系，加强相互理解，也是中国最关注的问题之一。

以往，中欧领导人主要关注的是政治家、官员和专家之间的各种对话。近年来，中欧双方更加关注人员往来与交流。从 2010 年的“文化对话年”（the Year of Interculture Dialogue）到 2011 年的“青年交流年”（the Year of Youth），再到 2012 年人文交流机制的建立，中欧关系中出现了一个显著变化：目前双方均已认识到，需要通过人员之间的日常交流来加强和补充高层机制性安排。中国政府 2014 年 4 月发布的《中国对欧盟政策文件》认为，中欧高级别人文交流对话具有“统领作用”，强调有必要“积极推动中国与欧盟及其成员国在教育、文化、新闻出版、青年交流等领域的合作”。此外，该政策文件还明确提出，将促进“新闻出版界交流与合作”，并利用“新兴媒体”，增进中欧双方民众“对彼此政策理念、发展目标、战略走向和文化精粹”的了解。中国的最终目标是确保“全面和客观的情况反映”，以及“为中欧关系健康稳定发展营造良好舆论环境”（2014 年

《中国对欧盟政策文件》)。

在此背景下，中国向欧盟大量增派记者：中国已成为派驻布鲁塞尔记者数量最多的国家，超过了欧盟成员国以及其他任何第三国。中国对大众媒体的大力投入给人留下了深刻印象，表明中国愿意更好地了解欧盟，也希望得到欧盟的更好理解。与此同时，我们还看到，派驻中国的欧洲记者的数量在稳步增加，欧洲媒体关于中国问题的新闻报道也在与日俱增。

媒体对国家形象的形成至关重要，而无论是在官方层面还是在人员交流层面，国家形象均影响着国家之间的关系。此外，由于包括语言问题在内的诸多原因，人们在寻求了解“他者”的情况时，似乎更倾向于相信和依赖那些更容易获得的信息来源（往往是国内来源）。事实上，对于中欧双方而言，其各自的媒体和出版物都是非常重要的信息来源。特别是，由于地理距离遥远，能够直接接触到“他者”的文化、历史和世界观的群体仍然仅限于社会上的一小部分人，这样一来，媒体和出版物的作用就显得愈加重要。尽管中国和欧洲在政治与经济关系方面取得了诸多成就，但欧洲人对当代中国的了解相对而言仍然少之又少，中国人对欧洲的了解也不够全面。

这就是为什么中国和欧盟都将通过大众传媒工具提升对方对自己的关注度，作为双边关系中的头等政策任务。随着中国和欧盟在彼此媒体中受到的关注度不断提升，以及双方媒体关于中国和欧盟的政治、经济和文化生活的报道数量不断增多，双方之间的相互理解有望得到改善。尽管中国和欧盟的有些学者已经开始关注双方的形象塑造、国家品牌和相互认知等问题，但到目前为止，还很少有人撰写过与中国和欧盟的媒体及其对中欧关系的影响有关的文章。

鉴于上述情况，本书主编与作者希望通过评估中国媒体关于欧盟的报道情况和欧盟媒体关于中国的报道情况，以及媒体在国家形象塑造方面的作用，来填补中欧关系研究中的此项空白。我们特别关注多

媒体时代给中国和欧盟带来的机遇和挑战，以及大众媒体对中欧关系产生的总体影响。本书的作者包括中国和欧洲学术界的中欧关系问题专家，以及中欧关系领域的政策制定者和实际工作者。

本书的作者本身就常常参与中国与欧盟之间的大众媒体交流，因此他们不仅能够提供相关的一手经验，而且，他们本身就是中欧大众交流过程的实际反映，同时也真实反映了大众媒体对于构建“他者”形象和认知所能够产生的影响。除导论外，本书共有九章，从不同角度分析了媒体、公共舆论、中欧关系以及国内政策之间的相互作用和相互影响，研究视角既有理论分析，也有具体的案例研究。

在第一章“驻布鲁塞尔的中国媒体与中欧关系”中，作者门镜评估了驻布鲁塞尔的中国媒体对欧洲一些重大事件的新闻报道和分析。她在该章分析了中国媒体最关注的三个问题：欧洲债务危机、容克计划和难民危机。通过分析中国媒体看待这些问题的观点，作者重新评估了中欧关系，并且指出了中国和欧盟在政治理解方面的主要差异。

一般情况下，大众媒体，特别是电视（人们最容易获得且应用最频繁的大众传媒方式），在一定程度上反映了存在于某一既定社会中的情感与形象，并且能够重塑人们的认知。在第二章“13 亿中国人眼中的欧洲”中，瓦莱里娅·瓦里亚诺分析了中国的电视节目如何影响中国对欧盟和欧洲人的看法。她分析了两类电视剧中所描绘的“欧洲形象”：一类是表现中国文化和文化之间互动关系的跨国家庭问题；另一类的主题是中国移民和游客在欧洲的生活和工作经历，表现的是中国人对欧洲生活方式的认知。她探讨了这些电视剧刻画的人物之间的相互交往，也探讨了这些人物所生活的环境，目的是分析这些电视剧传达给中国公众的欧洲形象。

在我们生活的这个数字时代，因特网与通信技术正在飞速发展。因特网已经成为主要的信息来源和通信方式，为我们提供了很多机会，但也带来了诸多挑战，并导致各国政府和社会所处的环境

更加复杂。包玫兰在“电子治理如何塑造欧洲人心目中的中国形象”一章（第三章）中，分析了电子治理对于塑造欧洲人对中国政府的看法所产生的影响。她分析了中国政府官方网站的发展以及电子治理战略的实施。为此目的，她就欧洲用户对中国政府官方网站的看法开展了一项实证研究。该作者的调查问卷得到了超过140份答复，在此基础上，她考察了获取中国官方网站信息的难易度与其质量这二者之间的关系，同时探讨了欧洲人对中国政府的可信度和透明度的认知。

宋黎磊和卞清在“中国社交媒体视角下的欧盟”一章（第四章）中，探讨了微博在形象构建和权威验证方面的作用，以及微博对双边关系的影响。两位作者以中国外交部的官方微博作为案例研究，探讨了微博的影响。他们运用文本分析和内容分析，对以新浪微博——中国的社交媒体平台和主要的微博运营商之一——为载体的中国外交部微博（“中欧信使”）进行了分析。两位作者通过分析“中欧信使”使用的一些工具，以及2012年4月至2013年4月，将近300万名“粉丝”对该微博账号总共360条博文的评论和回帖，分析了“中欧信使”中的一些微博对于中国网民对欧洲和中欧关系的认知产生的影响。通过这种方式，两位作者向中国政府机构提出了诸多建议，目的是使中国人民和欧洲人民实现更好的沟通。

在任何国家，本地媒体都是软实力活动的主要目标，它们通常也是塑造公共舆论以及影响公众对于其他国家及其文化和人民的认知的最强有力的因素。因此，各个国家都应该特别关注在其领土范围内工作的国外记者。威廉·芬格里顿的文章（第五章）首先回顾了中国对该问题的观点，接下来探讨了影响欧洲媒体报道中国问题的一些因素，例如欧盟记者在中国的工作条件，来自本国读者、编辑和媒体所有者的压力，以及欧洲和中国对于记者职责的不同观点等。在结论部分，作者就如何改善中欧之间关系提出了自己的一些见解，这对相关

各方都有利。

德克·尼姆吉尔斯的文章（第六章）聚焦于西欧的在线媒体对中国问题的报道。他对英国、荷兰和比利时的在线报刊和微博中对中国的报道进行了分析。通过一些具体的案例研究，他揭示了上述媒体关于中国的报道绝大多数具有负面性质的原因，并特别指出了其偏差性、偏见性和党派倾向。尼姆吉尔斯进一步探讨了新闻工作与行动主义之间的复杂关系，并且提出了诸多分析，突出表明了媒体的态度在关于中国的负面舆论形成过程中产生的影响。通过说明西欧媒体在关于中国的报道中存在的缺陷，诸如信息的扭曲或自我审查等，作者对这些报道缺乏客观性这一问题提出了批评。他提出了中国和欧洲记者双方都可以采取的一些措施，以便克服报道中存在的不平衡和偏见，并努力做到更加公正和更加准确。

在包德贞的文章（第七章）中，她探讨了欧洲中心主义和中国中心主义这两种理念，以及欧洲和中国之间的相互交往以何种方式影响媒体关于中国问题的报道。她强调，理解后殖民主义背景（包括其政治、社会和文化维度）对于解释中国和欧洲之间根深蒂固的成见至关重要。这正是包德贞通过追溯现代中国的历史去讨论“中国”这一概念的原因，她描述了西方出现的关于中国概念的各种不同理论，而这些理论在现代中国的发展过程中曾经发挥过不同的作用。作者接下来探讨了信息共享在欧洲和中国的不同模式及其动态发展情况。她认为，缺少对这些动态发展情况的了解影响了中国在西方的形象。包德贞特别指出，新闻的选择、新闻价值与新闻的表述方式是对形象塑造过程产生影响（往往是负面的）的主要因素，并且往往导致产生不正确的信息。她解释说，尽管西方媒体中与中国的负面形象有关的报道占绝大部分，但也的确存在着运用中国的魅力打造而成的正面形象。

蓝露洁对比利时和荷兰一些严肃报刊的意识形态构建进行了长达一年多的调研，并在此基础上完成了第八章的写作。她首先回顾了以

前完成的一项量化内容分析，核心内容是中国和西方的一些作者对西方媒体（报刊、电视）对中国所持的偏见提出的批评。她接下来阐释了她在分析比利时和荷兰报刊中与国际新闻有关的文章时所应用的逻辑（内容分析和话语分析）。在她的分析中，她将新闻报道按照主题分成了三类，即经济、政治和社会；同时，她又按照文本的内容，将这些报道从“极端负面”到“极端正面”划分了五类。在讨论正面或负面新闻框架的创建过程及其影响之前，作者分析了在关于中国问题的新闻报道中，是否存在观点和意见的多元化这一问题。作者对从此项分析中得出的结论与先前的一些研究得出的结论进行了比较。

依莲娜·法伊尔的文章（第九章）探讨的是中国和欧盟媒体工作者之间的对话存在的问题和带来的机遇。法伊尔分析了以媒体工作者为目标对象的人文交流项目能够以哪些方式改善中欧之间的相互理解。法伊尔认为，造成中欧伙伴之间缺乏信任和理解的原因不仅仅在于中国媒体对欧盟的报道和欧盟媒体对中国的报道中存在着错误陈述和偏见，而且还在于双方的媒体代表之间几乎不存在人员之间的交流和联系。她指出，中国和欧洲在大众媒体领域的对话发展最慢，也最不健全。她在文章中就一项案例进行了分析。“中欧媒体交流”是中欧资深记者之间的一项年度对话项目，组织方为战略对话研究所（Institute of Strategic Dialogue）和上海交通大学。她探讨了此种直接对话对于增进双方了解产生的积极影响，同时也分析了可能遇到的一些问题和限制，另外还提出了有助于中欧双方媒体工作者改善双边对话的可能方式。

一个国家的正面形象不是“政府或企业界的财产”，而是其人民的财产，换言之，一个国家的人民才是在海外宣传其正面形象的真正宣传者（Markessinis, 2011），也将是一个国家正面形象的长期受益者。本书的目的是，通过阐述理论背景和提供最新的相关案例研究，以及通过说明中国和欧盟之间长期存在的一些问题，向公众提供一项

关于中欧大众传媒现状的全面研究。在本书中，我们尽力向政策制定者、大众媒体的专业人士和记者提供一些一般性的和具体的建议，以便为减少双方之间的误解做出贡献。我们希望本书能够有助于进一步促进中欧人员交流。通过提醒人们关注哪些因素不利于中国和欧盟之间形成相互理解，以及哪些因素能够在中欧之间引起共鸣，我们的目的在于为中欧双方共同努力创造更美好的未来合作关系提供动力。

参考文献

Andreas Markessinis, “10 Tips to Improve South Korea’s Image”, 8 June 2011, <http://nation-branding.info/2011/06/08/10-tips-improve-south-korea-image/>, last accessed on 28 May 2015.

Chinese Government, “China’s Policy Paper on the EU: Deepen the China-EU Comprehensive Strategic Partnership for Mutual Benefit and Win-win Cooperation”, 2 April 2014, http://www.fmprc.gov.cn/mfa_eng/wjdt_665385/wjzcs/t1143406.shtml, last accessed on 23 August 2015.

European Council/Council of the European Union, “The way forward after forty years of EU-China cooperation”, 29 June 2015, <http://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2015/06/29-eu-china-statement/>, last accessed on 28 August 2015.

第一章

驻布鲁塞尔的中国媒体与中欧关系

门 镜

摘 要：本文分析了中国派驻布鲁塞尔的记者对欧洲一些重要事件的新闻报道和分析。随着中欧关系的迅速发展，再加上中国出于加强国际联系的需要，越来越多的中国媒体向布鲁塞尔派遣了记者。本文分析了中国媒体最为关注的三个事件：欧洲债务危机、容克计划和难民危机。通过分析中国媒体看待这些问题的视角，本文重新评估了中国和欧盟的关系，并且指出，中欧关系的主要优势在于经济关系，同时也指出了双方在政治理解方面存在的差异。

引 言

中国和欧盟均为世界上最重要的行为体。中欧双方的关系与相互理解不仅对中国和欧盟各自的经济增长和社会发展具有重要意义，同时对世界治理也具有重要影响。自从中国和欧盟 1975 年建立外交关系以来，关注中欧关系的学者和研究人员在过去 40 年间发表了大量

学术著述和研究报告。绝大多数著述关注的是政治、价值观、经济和贸易关系、法律事务等问题。近年来，学者和研究人员越来越关注能源安全和气候变化问题，这一点并不令人意外。这些出版物以这样或那样的方式，不仅阐明了中国和欧盟赖以开展合作的共同基础和共同利益，而且揭示了双方之间存在的分歧和问题（Fox and Godement, 2009; Crookes, 2013: 539 - 663）。在很大程度上，中国人和欧洲人往往都承认，他们对对方的了解并不充分（参见 Men, 2009: 3 - 6; Pan, 2012）。这不仅源于中欧双方在政治体制、经济发展水平、公民社会的发展，以及文化和价值观等方面的巨大差异，同时也源于双方人员之间的交往和对彼此的了解都有限。

提升中欧双边关系不仅取决于国家领导人和政治家之间的互访，也取决于普通人之间的交往，这一点无须赘述。中国和欧盟的人民如何理解和认识对方，这将对中欧关系的发展产生直接影响。因此，认知是中欧伙伴之间的一个重要问题。在以中国对欧盟的认知为主题的出版物中，门镜的研究关注的是在中国出版的主要学术期刊（2006: 788 - 806）；马克·莱昂纳德（Mark Leonard）的分析以他对中国一些主要智库进行的访谈为基础（2005）；朱立群探讨了中国学者和高校学生的认知（2008: 148 - 173）；董礼胜则对中国普通大众和精英的认知情况做了分析（2014: 956 - 779）。但问题的关键是，这些中国学者、智库、学生、普通大众和精英关于欧盟的信息和知识是从哪里获得的？除了欧盟及其成员国的在线资源（只有少数中国人懂欧洲语言，能够直接浏览欧洲的网站或其他信息来源），以及能够在中国的书店买到的与欧盟有关的教科书之外，最直接的信息渠道无疑是中国记者撰写的新闻报道和分析——这些报道和分析有的是译自国际媒体刊载的文章，有的则是中国驻欧盟及其成员国的记者根据自己的采访撰写的分析和报道。

近年来，中欧机制性安排中的第三根支柱人文交流机制得以建